

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

SEDE QUITO

COMUNICACIÓN SOCIAL

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de:

LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:

**REPRESENTACIONES SOCIALES EN LOS FANDOMS POR LAS NARRATIVAS
AUDIOVISUALES DEL K-DRAMA COREANO**

AUTORAS:

MARÍA FERNANDA JIMÉNEZ ROSARIO

ALISON PRISCILA SIMBAÑA TORRES

TUTOR:

DAVIDE MATRONE

QUITO, SEPTIEMBRE DE 2020

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Nosotros María Fernanda Jiménez Rosario, con documento de identificación No. 1727380436 y Alison Priscila Simbaña Torres, con documento de identificación No. 1726331075, manifestamos nuestra voluntad y cedemos a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que somos autores del trabajo de titulación intitulado: "Representaciones Sociales en los Fandoms por las Narrativas Audiovisuales del K-drama Coreano.", mismo que ha sido desarrollado para optar por el título de: Licenciadas en Comunicación Social , en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En aplicación a lo determinado en la Ley de Propiedad Intelectual, en mi condición de autores nos reservamos los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia, suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.



María Fernanda Jiménez Rosario

1727380436

Quito, septiembre de 2020



Alison Priscila Simbaña Torres

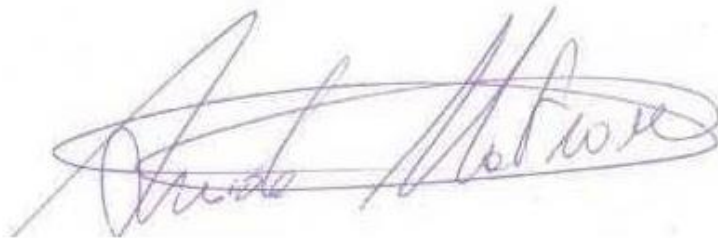
1726331075

Quito, septiembre de 2020

DECLARATORIA DE COAUTORÍA DEL DOCENTE TUTOR

Yo declaro que bajo mi dirección y asesoría fue desarrollado el trabajo de titulación, “Representaciones Sociales en los Fandoms por las Narrativas Audiovisuales del K-drama Coreano” realizado por Alison Priscila Simbaña Torres y María Fernanda Jiménez Rosario, obteniendo un producto que cumple con todos los requisitos estipulados por la Universidad Politécnica Salesiana, para ser considerados como trabajo final de titulación.

Quito, septiembre 2020



Davide Matrone

CI 1756356505

DEDICATORIA

Este trabajo queremos dedicar a nuestras familias, ya que gracias a su apoyo hemos podido culminar una etapa educativa más de nuestras vidas. Además, les agradecemos por su amor, apoyo y esfuerzo que nos han brindado cada día para poder llegar a cumplir nuestras metas.

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a nuestras familias y docentes de la Universidad Politécnica Salesiana de la carrera de Comunicación Social, por enseñanzas y por todo el conocimiento impartido hacia nosotras.

A nuestro tutor, Davide Matrone, le agradecemos por su apoyo, rapidez, eficacia y conocimientos que nos brindó durante todo el trabajo de investigación. Gracias por siempre estar presto a colaborarnos.

Índice

Introducción.....	10
Ola Coreana	10
El Hallyu en América Latina	12
Historia de los K-dramas	12
Estudios de la ola coreana en Ecuador	13
Aproximación teórica	17
Metodología.....	19
Resultados	26
Gráfico 1: Resultado tabulado de la pregunta 1	26
Gráfico 2: Resultado tabulado de la pregunta 2	27
Gráfico 3: Resultado tabulado de la pregunta 3	27
Gráfico 4: Resultado tabulado de la pregunta 4	28
Gráfico 5: Resultado tabulado de la pregunta 5	29
Gráfico 6: Resultado tabulado de la pregunta 6	30
Gráfico 7: Resultado tabulado de la pregunta 8	31
Gráfico 8: Resultado tabulado de la pregunta 9	32
Análisis del K-drama “Mi identificación es la belleza de Gangnam”	33
Conclusiones	36

Referencias Bibliográficas	40
Anexo	44

Índice de tablas

Tabla 1. Banco de preguntas para la entrevista	21
Tabla 2. Banco de preguntas para la encuesta	23
Tabla 3. Ficha técnica	25

Resumen

En el presente artículo se analizan de manera crítica las narrativas audiovisuales del K-drama “Mi identificación es la belleza de Gangnam”. Para cumplir con la problemática general se ha planteado los siguientes objetivos específicos: 1) el estudio del proceso histórico de difusión y divulgación del K-drama coreano en América Latina y en particular en el Ecuador; 2) el análisis de las narrativas audiovisuales de los primeros tres capítulos del K-drama coreano “Mi identificación es la belleza de Gangnam” para determinar el estándar de belleza coreano y el prototipo ideal del hombre y la mujer y finalmente; 3) determinar cuáles son los cambios en el aspecto físico y en la conducta social que se generan en los *fandoms* al ser un espectador del K-drama coreano.

La línea de investigación de este trabajo son los contextos socioculturales y la metodología aplicada ha sido cuantitativa y cualitativa basada en el uso de entrevistas semiestructuradas, encuestas a un grupo de *fandoms*, análisis interpretativo de datos, examen de narrativas audiovisuales y método descriptivo.

Se concluyó que las narrativas audiovisuales coreanas modifican las conductas, los comportamientos y el aspecto físico de los jóvenes quiteños aficionados por la cultura coreana y los K-drama. Estos cambios se dan cuando comienzan a convivir con personas con sus mismas preferencias y gustos.

Palabras claves: Ola coreana – Hallyu - K-dramas – Fandoms - Representaciones sociales

Abstract

This article will critically analyze the audiovisual narratives of the K-drama "My identification is the beauty of Gangnam." In order to meet the general problem, the following specific objectives have been set: 1) the study of the historical process of diffusion and dissemination of the Korean K-drama in Latin America and in particular in Ecuador; 2) the analysis of the audiovisual narratives of the first three chapters of the Korean K-drama "My Identification is Gangnam Beauty" to determine the Korean beauty standard and the ideal prototype of man and woman and finally; 3) determine what are the changes in physical appearance and social behavior that are generated in fandoms by being a viewer of Korean K-drama.

The research line of this work is the sociocultural contexts and the applied methodology has been quantitative and qualitative based on the use of semi-structured interviews, surveys of a group of fandoms, interpretative data analysis, examination of audiovisual narratives and descriptive method.

It was concluded that Korean audiovisual narratives modify the behaviors, behavior and physical appearance of young Quito fans of Korean culture and of Korean K-drama, these changes occur when they begin to live with people with the same preferences and tastes.

Keywords: Korean wave - Hallyu - K-dramas - Fandoms - Social Representation

Introducción

El presente trabajo se enfoca en el estudio de las representaciones sociales en los ¹*fandoms* por las narrativas audiovisuales del K - drama coreano. La investigación se centra en el estudio del ²K-drama “Mi identificación es la belleza de Gangnam” y cómo interviene en las conductas sociales e interpersonales de los jóvenes, y de qué manera se dejan guiar por esta nueva tendencia que genera la industria cultural coreana y cómo modifican las estructuras mentales ya implementadas sobre nuestra cultura ecuatoriana.

Con el presente trabajo investigativo se espera analizar de manera crítica las narrativas audiovisuales de los K-dramas coreanos, como van persuadiendo y modificando todos los patrones de comportamientos de los *fandoms* y como varían al momento de relacionarse; enfocado desde el discurso que emiten los K-dramas y la interpretación de los *fandoms* a partir de sus conocimientos previos y su cultura tradicional.

Ola Coreana

En los últimos años la ola coreana o Hallyu se ha ido expandiendo por los todos los continentes y también en América Latina, hay un consumo de producciones audiovisuales surcoreanas, porque sus tramas muestran al público latino otra realidad diferente a la que están acostumbrados a consumir; es decir, las telenovelas colombianas, mexicanas y venezolanas. Las narraciones de los K-dramas presentan unas peculiaridades llamativas como: los capítulos cortos, distintas locaciones, la visión de otros contextos geográficos, sociales y tradicionales, ya que ese es el plus de los k-dramas para su éxito a nivel mundial. Por esa razón, a finales de la década de 1980, el “Hallyu se convirtió en un fenómeno completo, y comenzó a ser visible a fines de la década de 1990...Con el aumento del consumo de los productos culturales populares coreanos como películas, dramas, música popular y juegos” (Kim et al., 2020, pág. 2).

¹ Personas aficionadas por la ola coreana.

² Serie coreana

Esta investigación destaca la influencia que tienen los K-dramas en los *fandoms* y como sus discursos narrativos audiovisuales van modificando sus conductas, comportamientos, emociones, sentimientos; por consiguiente, los *fandoms*, es decir, los aficionados por la cultura coreana que “se identifican con un grupo y actúan sobre la base de una representación subjetiva llamada prototipo” (Morris et al., 2015, pág. 6) y van implantando el tipo de hombre y mujer ideal; además, van creando estereotipos de belleza. “El reconocimiento de la influencia de la cultura y la naturaleza colectiva de los estereotipos se enfatiza en las representaciones sociales” (Liu et al., 2003, pág. 2) que van instaurando los *fandoms* en sus vidas cotidianas. Adicionalmente, la ola ³doramaniaca ha sido aceptada por sus cortos episodios, ganando así una “popularidad mundial por sus temas y desarrollo de la trama” (Ta Park et al., 2020, pág. 3).

Todas estas alteraciones que se van dando inconscientemente en los *fandoms* es por la asimilación cultural que “se define como la suma de los patrones de comportamiento, las actitudes y las cosas materiales aprendidas de las personas que se comparten solo entre los miembros de una nación, una región o un grupo” (Jia et al., 2014, pág. 2). Además, es “un proceso dinámico mediante el cual las concepciones, percepciones, preferencias, valores, expectativas y normas se van forman de forma interactiva, colectiva y distintiva a través de una multiplicidad de medios” (Strauss, 2005, pág. 5).

En la actualidad, la cultura coreana ha ido evolucionando por la era digital y “ciertos aspectos de los patrones de comportamiento han cambiado por las redes sociales, por ejemplo, crear perfiles en línea, interactuar con amigos existentes, compartir fotos diarias y comunicarse con amigos antiguos y actuales” (Cho & Park, 2013, pág. 9). Por otra parte, las agencias de entretenimiento “intentan utilizar varios canales de redes sociales para promover videos

³ Término que se les otorga a las series coreanas.

musicales y comunicarse con la audiencia global. Aunque cada red social (YouTube, Facebook y Twitter) tiene un propósito específico” (Ahn et al., 2013, pág. 3).

El Hallyu en América Latina

Los K-dramas llegaron a América Latina a principios del año 2000 y en Ecuador en el año 2009 con la telenovela “Escalera al cielo” transmitida por el canal de televisión Ecuavisa. A raíz de la aceptación que esta telenovela tuvo por el público, este canal y otros más como Teleamazonas y Oro Mar decidieron empezar a transmitir telenovelas coreanas (Minchala, 2019, pág. 9).

Estas producciones audiovisuales coreanas se las conoce como melodramas, doramas, series doramaniacas, pero el más común es el K-drama. Como señala Zarco (2018) “el K-drama es una fusión entre la letra K que hace referencia a South Korea en el idioma inglés y drama es el hacer y actuar en las series de televisión” (pág. 7) algo que caracteriza a estos k-dramas y por qué los hacen más vistosos en las diferentes plataformas es por su extensión de capítulos porque no pasan de los 25 episodios y no hay continuidad del drama, ya que todas las expectativas quedan cubiertas para el espectador. A diferencia de las telenovelas latinas, que se extienden hasta los 200 capítulos en una misma trama y replicando en otras series que ya se han realizado con anterioridad. La acogida de la ola coreana ha sido aceptada de manera positiva en las diferentes naciones como; México, Ecuador, Colombia, Perú, Paraguay, Chile entre otras.

Historia de los K-dramas

Los K-dramas fueron cautivando a la audiencia con el paso de los años y ayudándose de la tecnología, la ola coreana junto al mundo del entretenimiento comenzó a expandirse con los relatos que trasmitían las series coreanas.

Contaban historias de la vida cotidiana, en especial las ambientadas en las épocas de dinastías y reflejando las historias de los héroes nacionales. Los problemas familiares y

sufrimientos personales eran los ingredientes principales para dramas como: La madrastra en 1972 a través de ⁴MBC (García, 2017, pág. 2).

En la década de los 80 el acceso a los medios tradicionales era más sencillo, y la industria audiovisual coreana aprovecho para describir:

La forma de vida de las personas tal es el caso del drama Amor y ambición en 1987 que cuenta la historia de dos hermanos con un pasado diferente en la década de 1950, este drama de MBC registro el 78% de rating en su periodo de emisión en la tv a color coreana (García, 2017, pág. 2).

Para la década de los 90 empezaron a dejar huellas con altos rating, tal es el caso del K-drama, First Love siguiendo el dramatismo y conflictos personales, este drama de KBS una cadena de radio y televisión coreana, “alcanzó el 65.8% de rating en el año de 1996-1997. Exactamente en 1997, China ya transmitía el primer drama coreano ¿Que es el amor? que obtuvo en ese país un 4.2 % de rating” (García, 2017, pág. 3).

A partir de los años 2000 la producción de dramas ha tenido diversos cambios, principalmente las casas productoras nuevas que han abierto sus puertas y la tecnología que ha dado a la creación de nuevo contenido para las plataformas digitales, además de adaptar el contenido para las nuevas generaciones (García, 2017, pág. 4).

Actualmente, los K-dramas han dado un plus en sus géneros cinematográficos centrándose en la acción, romance, fantasía, ciencia ficción, terror, entre otros.

Estudios de la ola coreana en Ecuador

El primer análisis de la cultura coreana, parte de la recepción de programas y eventos de k-pop en jóvenes de 17 a 20 años en Guayaquil, en el año 2017 por la autora Lissete Vera. En su

⁴ Es una cadena de radio y televisión coreana.

investigación, se analiza la influencia de la cultura coreana a partir de la recepción de programas y eventos de k-pop por medio de la interacción social, ya que en los últimos 15 años se ha convertido en un fenómeno social y ha generado una importante industria de la música.

Corea del Sur y su amplia cultura es considerada como un fenómeno social, llama la atención de aquellos que buscan aprender sobre sus elementos socioculturales, entró en mercados globales durante los últimos 15 años. En Ecuador es considerado como una forma de interacción entre dos culturas (Vera, 2017, pág. 17).

Esta investigación es importante debido al auge de fans de la música coreana, es relevante porque permite involucrarse en su forma de vida, de esta manera los seguidores conocen más sobre este país, su novedad radica en que la mayor parte de estudios analizan por separado los diferentes campos de la industria coreana más no su influencia (Vera, 2017, pág. 17).

Jaime Ariel Martínez habla del consumo cultural y la construcción de masculinidad de los jóvenes que realizan K-pop en Quito: un análisis desde el modelo de mediaciones. La investigación se realizó en los años 2017 y 2018 bajo conceptos teóricos definidos en torno a la industria cultural, consumo cultural, cultura popular y representaciones, que provoca el K-pop en la juventud ecuatoriana, pretendiendo entender por qué prefieren los jóvenes estas nuevas series doramaniacas, que consumir productos audiovisuales ecuatorianos y latinoamericanos.

El trabajo de investigación pretende entender cómo las mediaciones sociales y tecnológicas, así como la industria cultural surcoreana de K-Pop, influyen en los procesos de configuración masculina de los jóvenes integrantes de las agrupaciones de K-Pop en Quito (Martínez, 2019, pág. 5).

La perspectiva metodológica que se utilizó para esta investigación fue de carácter cualitativo y cuantitativo con el intento de conseguir datos empíricos través de la observación exploratoria, encuestas y entrevistas semiestructuradas a chicos y chicas líderes y lideresas de los grupos. También realizamos el análisis de las representaciones masculinas del videoclip “Idol” de la agrupación surcoreana BTS (Martínez, 2019, pág. 5).

Minchala Josabeth realizó una investigación sobre los K-dramas en el 2019. Consumo cultural coreano en Guayaquil: El K-Drama en los jóvenes guayaquileños. Este artículo hace referencia a la popularidad de las novelas coreanas en Guayaquil e identifica la relación que existe entre el contenido y las narrativas que transmiten las producciones audiovisuales coreanas.

El presente trabajo realizó un estudio de carácter cualitativo con el objetivo de describir cuáles son las motivaciones, percepciones y valoraciones que los jóvenes guayaquileños le asignan al consumo de K-dramas. Para este estudio se realizaron quince entrevistas semiestructuradas a hombres y mujeres de 14 a 29 años, fanáticos del K-drama, entre los meses de junio y agosto del 2019. Entre los resultados más relevantes, se descubrió que la motivación inicial que tuvieron los participantes para consumir K-Dramas fue por influencia del K-Pop (música pop coreana). También se reveló que a los consumidores les gusta mucho la estética y la narrativa de los K-dramas y que a partir de los mismos tienen una percepción positiva de Corea del Sur (Minchala, 2019, pág. 2).

El aporte de esta investigación a la carrera de Comunicación Social servirá como guía para futuras pesquisas en base a estudios referentes a; representaciones sociales, narrativas audiovisuales, estudios interculturales, industria cultural, globalización, choque intercultural, análisis de la imagen y sentido, lenguaje y comunicación, estructuras de las narrativas audiovisuales, asimilación cultural, prácticas discursivas, análisis críticos de las narrativas

audiovisuales, historia de los dramas coreanos y finalmente estudios sobre la influencia de los mass- media sobre las audiencias.

Además, ayudará a ejemplificar al paradigma crítico, interpretativo y estructuralista. Ya que se realizó un análisis de una cultura asiática que muestra una nueva perspectiva completamente diferente a la de América Latina. Porque tiene presente diferentes maneras de pensar, vivir y relacionarse con el mundo exterior.

Este trabajo puede impulsar a la creación de grupos de estudio que estén orientados a otra cultura de alrededor del mundo, tomando como guía dicha investigación y al grupo de fanáticos de la cultura coreana. Mediante los *fandoms* se determinó que a través de los k-dramas, el k-pop, comida, vestimenta, actitudes, maquillaje, idioma, cambio de imagen que se expresan mediante cirugías plásticas y demás, se ve reflejada la influencia que tiene esta cultura en Ecuador y en sí en toda América latina y el mundo.

Lo relevante de esta pesquisa es que en Ecuador no hay investigaciones que traten las narrativas y el discurso de los K-dramas y cómo modifican las conductas y comportamientos de los *fandoms*, ya que las investigaciones que anteceden a nuestro trabajo manejan un enfoque general de la cultura coreana y todos los derivados que esta desprende como: el K-drama y K-pop.

Aproximación teórica

Este trabajo tiene un enfoque crítico sobre la cultura coreana. Mediante los estudios Culturales se “analizan las formas, las prácticas y las instituciones culturales y su relación con la sociedad, el cambio social, la producción de los medios de comunicación y la forma cómo elaboran cultural y el consumo de la comunicación de masas” (Rosales, 2017, pág. 19). Las industrias de entretenimiento coreanas mediante su cultura han producido contenido audiovisual para el consumo y reproducción de los *fandoms*.

Además, tendrá un enfoque interpretativo de la teoría del interaccionismo simbólico “que sostiene que el propio individuo construye su acción ante la situación o contexto; el individuo interpreta y valora las cosas con las que tiene que contar para decidir su forma de actuar” (Dzul, 2013, pág. 5).

El modelo interpretativo es un “método que busca conocer el interior de las personas (motivaciones, significaciones y su mundo), sus interacciones y la cultura de los grupos sociales, a través de un proceso comprensivo” (Dzul, 2013, pág. 2).

Es un método que teoriza sobre la práctica del sujeto, grupo o sociedad. Intenta comprender las conductas o comportamientos desde el punto de vista de los sujetos, desde su percepción. Profundiza en los diferentes motivos, significaciones y sentido de las conductas o comportamientos. Asimismo, desde una mirada del contexto dentro del cual se sitúa (Dzul, 2013, pág. 4).

Este paradigma se fundamenta en la teoría de los actores de Erving Goffman, ya que estudia las reglas de construcción del discurso, mensaje y la interacción simbólica a través de los actores sociales, en este caso los *fandoms* que empiezan a formar una nueva identidad planificando los comportamientos adquiridos en los k-dramas y ajustándose a su contexto social.

“El mismo Goffman define la actuación (performance) como: Toda actividad de un individuo que tiene lugar durante un periodo señalado por su presencia continua ante un conjunto particular de observadores y posee cierta influencia sobre ellos” (Núñez, 2018, pág. 3).

Goffman plantea la interacción comunicativa en las actuaciones utilizando una metáfora teatral “en términos de acción dramática: actor, escenario, auditorio van a ser los lugares en los cuales de despliega la acción” (Martini, 2013, pág. 2).

Según Durkheim “la acción humana tiende a disolverse en sus determinaciones estructurales y no existe espacio para un comportamiento significativo susceptible de interpretación” (Valcarce, 2014, pág. 2). Parte de la sociología comprensiva y del interaccionismo simbólico:

La primera perspectiva es el punto de partida de una sociología crítica que puede revelar los mecanismos ocultos de funcionamiento de la sociedad, la segunda ofrece herramientas para una concepción dinámica de la realidad que evita la naturalización de lo que se presenta como dado y permite pensar el cambio social desde la perspectiva de la agencia de los seres humanos en su mundo compartido (Valcarce, 2014, pág. 2).

Por esta razón, este trabajo se sustenta con la teoría de las representaciones sociales de Émile Durkheim que son las “prácticas culturales y funcionamiento mental al estudiar las representaciones sociales se aborda la relación entre una dinámica social y una dinámica psíquica, o sea, la interdependencia entre el contexto, la cultura, la sociedad y el funcionamiento mental del individuo” (Pérez & Páez, 2004, pág. 9).

Metodología

La presente investigación será descriptiva porque su objetivo central es la descripción de fenómenos y “consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas” (Morales, 2010, pág. 2). De esta manera, se interpretará como los K-dramas modifican las conductas, los comportamientos y aspectos físicos de los *fandoms*. Además, existe una variedad de información que respaldan dicha pesquisa y se pueden encontrar artículos en las bibliotecas virtuales, sitios web, y en repositorios de las universidades.

La mayoría de los K-dramas coreanos se pueden encontrar en las plataformas digitales de YouTube, Viki y la página oficial Estrenos Doramas Online donde se puede encontrar capítulos completos en HD, subtitrados y otros en audio latino. También existen grupos en redes sociales que comentan y comparten todo tipo de K-dramas; por ejemplo, el grupo Korean Wave Quito que se define como una organización sin fines de lucro, que busca la difusión cultura coreana en la ciudad de Quito con apoyo y colaboración de los Fanclubs, grupos de jóvenes aficionados por la cultura coreana.

La línea de investigación de este trabajo son los contextos socioculturales y como las representaciones sociales de las narrativas audiovisuales de los k-dramas van estructurando contenidos que modifican las conductas y actitudes de los *fandoms*. Además, es necesario determinar el papel que juega el lenguaje no verbal y el discurso en los fanáticos de la ola coreana.

Se propone un enfoque práctico cualitativo, ya que se va a analizar e interpretar los datos.

El análisis cualitativo opera en dos dimensiones y de forma circular. No solo se observan y graban los datos, sino que se entabla un diálogo permanente entre el observador y lo observado, entre inducción (datos) y deducción (hipótesis), al que acompaña una

reflexión analítica permanente entre lo que se capta del exterior y lo que se busca cuando se vuelve, después de cierta reflexión, de nuevo al campo de trabajo (Salas & Cárdenas, 2008, pág. 297).

En esta investigación se va a utilizar la etnometodología:

Es la realidad social construida, vivida y llevada por sus individuos, la etnometodología se pregunta por los actos, costumbres y hábitos, es una orientación metodológica empleada por investigadores que quieren especificar procedimientos a través de los cuales se construye y se elabora el orden social (Morales, 2010, pág. 3).

Se centra en el desenvolvimiento y análisis del comportamiento de la vida humana y se realizarán de las encuestas dirigidos a los fans de los melodramas; adicionalmente, la investigación se desprende de la línea de investigación de estructura de contenido por las narrativas audiovisuales.

Se usarán las siguientes técnicas que son “el instrumento o los medios utilizados para llegar a la meta, pueden ser técnicas de recolección de información o técnicas de medición” (Barrantes, 2002, pág. 50).

La entrevista será una de las técnicas utilizadas que “consiste en la comunicación verbal entre el entrevistador y entrevistado con el fin de obtener datos. Debe ser previamente diseñada en función al tema de estudio, a la vez de ser planteada por el entrevistador” (Quishpe & Sánchez, 2011, pág. 4).

Para la licenciada Mariana García se ha aplicado una entrevista de tipo semiestructurada. La entrevistada y experta en culturas orientales lleva varios años en estudios sobre la realidad coreana y el mundo de los K-dramas. Además, es escritora de artículos en la revista K-magazine

de México, que representa el único medio que se dedica en el estudio y narraciones sobre la cultura coreana.

Es una entrevista formal donde el encuestador utiliza una guta de entrevista, que es una lista de preguntas y temas, ambos de manera ordenada que serán tratados durante la entrevista, donde el encuestador generalmente sigue la guta, pero puede desviar su trayectoria cuando siente que esto sea apropiado dependiendo de las respuestas durante la conversación (Quishpe & Sánchez, 2011, pág. 5).

Tabla 1. Banco de preguntas para la entrevista

Fecha	24/06/2020
Hora	16:00
Entrevistadoras	Alison Simbaña María Jiménez
Entrevistada	Lic. Mariana García
Preguntas: 1. ¿Cómo ha sido el proceso histórico del K-drama? 2. ¿Cómo surge el K-drama en Latinoamérica y en Ecuador? 3. ¿Cuáles son las relaciones que ha establecido Corea del Sur en los ámbitos sociales, económicos, políticos y culturales en Latinoamérica en la década '90? 4. ¿Cuáles son las narrativas audiovisuales de los K-dramas?	

5. ¿Qué caracteriza al K-drama de las telenovelas mexicanas, venezolanas y colombianas?
6. ¿Para usted qué es un Fandom y cómo se manifiesta entre otros grupos de fans?
7. Las narrativas audiovisuales de los K-dramas, ¿Qué implicaciones de carácter cultural y social que han generado en los *fandoms*?
8. ¿De qué manera los k-dramas inciden en las conductas, comportamientos y aspectos físicos en los jóvenes?

Elaborado por: (Jiménez & Simbaña, 2020)

Mediante el software Microsoft Forms se realizará una encuesta estructurada de siete preguntas dirigidas a los fanáticos de la cultura coreana o *fandoms* que “se adaptan a todo tipo de personas poblaciones, edad, sexo, cultura o idioma sin ninguna discriminación [...] y está compuesta de una lista de preguntas que se formulan a todos por igual.” (Quishpe & Sánchez, 2011, pág. 2).

Con el tipo de preguntas abiertas con la finalidad que el encuestado puede expresarse libremente, preguntas dicótomas cerradas, donde la respuesta del encuestado es Si o No, y preguntas cerradas que “consiste en proporcionar al encuestado varias opciones de respuestas de las cuales solo pueda elegir una” (Quishpe & Sánchez, 2011, pág. 2). Con esta encuesta se tiene la finalidad de interpretar las respuestas de nuestros sujetos de estudio.

Tabla 2. Banco de preguntas para la encuesta

Encuesta dirigida a jóvenes quiteños fanáticos de la cultura coreana	
Creadoras:	Alison Simbaña María Jiménez
Preguntas: 1. Género Masculino Femenino 2.-Edad 13-17 años 18-20 años 21-25 años 3.- ¿Cuál ha sido el primer K-drama que ha visto usted? 4.- ¿Con cuál de estos K-dramas a usted le empezó a interesar la cultura coreana? Escalera al cielo Los chicos son mejores que las flores Mi amor ve las estrellas 5.- ¿Qué es lo que más le llama la atención de la cultura coreana? Maquillaje K-dramas Comida Idioma Justifique su respuesta 6.- ¿Usted considera que la apariencia física coreana es perfecta?	

Si

No

Justifique su respuesta

8.- ¿Mediante cuál medio reproduce los K-dramas?

Viki estrenos

Netflix

Facebook

Youtube

9. ¿De qué manera piensa usted que la visión de los K-dramas modifican las conductas y generan cambios físicos?

Elaborado por: (Jiménez & Simbaña, 2020)

La última técnica que se utilizará es la de la observación de los primeros tres capítulos del K-drama “Mi identificación es la belleza de Gangnam”. La técnica de observación “es una técnica de investigación que consiste en observar personas, fenómenos, hechos, casos, objetos, acciones, situaciones, etc., con el fin de obtener determinada información necesaria para una investigación” (Díaz, 2011, pág. 6). Para analizar las narrativas de este K-drama se utilizará una ficha adaptada por las autoras de esta investigación:

Tabla 3. Ficha técnica

K-drama: “Mi identificación es la belleza de Gangnam”			
Episodio:			
Duración:			
Escena	Personajes	Características físicas	Denotación y discurso de la escena

Elaborado por: (Jiménez & Simbaña, 2020)

Resultados

En esta parte del trabajo se presenta el análisis de los resultados obtenidos en la encuesta, la ficha técnica de los tres primeros episodios del K-drama “Mi identificación es la belleza de Gangnam” y el aporte académico que brindó la estudiosa y experta en K-dramas Mariana García. Con el fin de lograr los objetivos establecidos y afirmar la hipótesis planteada inicialmente.

Se realizó una encuesta a través de Microsoft Forms a 75 fanáticos o *fandoms* de la cultura coreana, para la interpretación y el análisis de sus respectivas respuestas que dieron los sujetos de estudio. El fin de esta encuesta es comprobar la problemática de investigación, es decir, verificar si los K-dramas modifican las conductas, los comportamientos y, además, cambian su aspecto físico al visualizar estas telenovelas coreanas.

Análisis de los resultados por pregunta

La tabulación de las 9 preguntas realizadas a los 75 fanáticos de la cultura coreana.

Gráfico 1: Resultado tabulado de la pregunta 1



Fuente: Resultado de la encuesta sobre la cultura coreana.

Elaborado en: *Microsoft Forms*

De 75 *fandoms*, el 56% son mujeres con total de respuestas de 42 y el 44% son hombres con un total de respuestas de 33.

Gráfico 2: Resultado tabulado de la pregunta 2

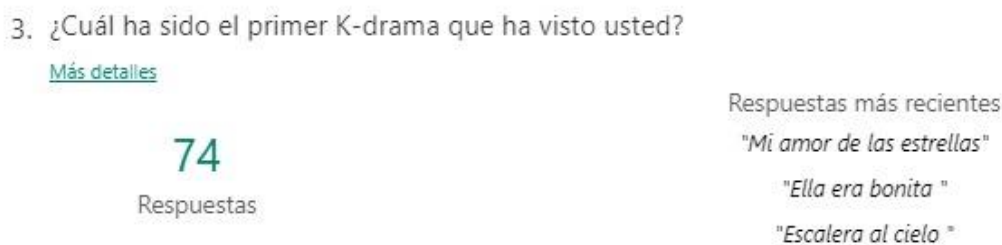


Fuente: Resultado de la encuesta sobre la cultura coreana.

Elaborado en: *Microsoft Forms*

El 39% de los jóvenes quiteños que les gusta los K-dramas están en un rango de edad entre 18 a 20 años con un total de respuestas de 29, seguidos a estos están los jóvenes adultos con un 32% que corresponde a la edad 21 a 25 años con un total de 24 respuestas, y finalmente el 29% corresponde a adolescentes entre 13 a 18 años con un total de 22 respuestas.

Gráfico 3: Resultado tabulado de la pregunta 3



Fuente: Resultado de la encuesta sobre la cultura coreana.

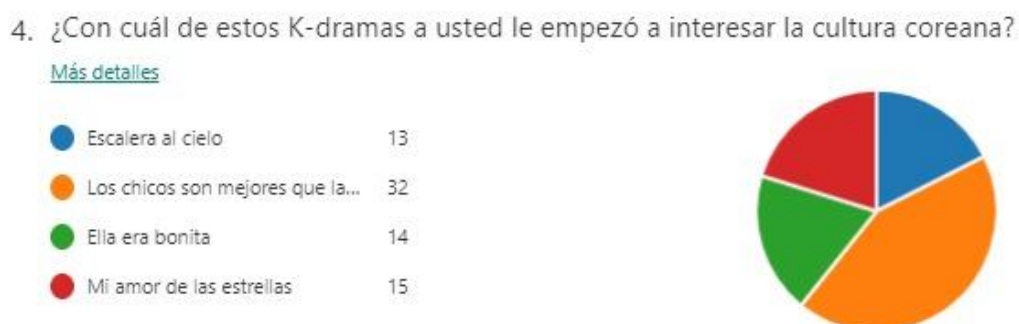
Elaborado en: *Microsoft Forms*

De los 75 encuestados se determinó que 29 fanáticos vieron **Escalera al cielo**, por ser el primer K-drama transmitido en el Ecuador, seguido por **Mi identificación es la belleza de Gangnam**, siendo una serie donde se identifica varios estereotipos y prototipos de hombres y mujeres, los encuestados han visto este K-drama, porque los actores escogidos para interpretar los papales son los más populares en Corea del Sur, obteniendo 16 respuestas, a este le sigue **Los chicos**

son mejores que las flores con 13 respuestas, ya que fue el segundo K-drama que se transmitió en el país pero con una trama de romance escolar, el resto de los K-dramas no fueron tan acogidos por los jóvenes quiteños, pero aun así para ciertos fanáticos los han visto. **Ella era bonita** con 8 respuestas, **Mi amor de las estrellas** con 3 respuestas, posteriormente **Otoño en mi corazón** y **My Lovely Sam Soon** con 2 respuestas cada una y finalmente **Full House** y **Master's Sun** con 1 respuesta cada una.

Afianzando en lo que dice Rosales 2017 sobre los estudios culturales que estas narrativas audiovisuales coreanas pueden ser interpretadas de diferente manera por los *fandoms*, y también influirá en su postura política, económica y social, dependiendo en las condiciones que se encuentre el espectador y vea estos productos culturales.

Gráfico 4: Resultado tabulado de la pregunta 4



Fuente: Resultado de la encuesta sobre la cultura coreana.

Elaborado en: *Microsoft Forms*

En esta pregunta, **Los chicos son mejores que las flores** obtuvieron el 43% con 32 respuestas, le sigue **Mi amor en las estrellas** con un 20% correspondiendo a 15 respuestas, después **Ella era bonita** con el 19% y 14 respuestas y finalmente **Escalera al cielo** con un 18% y 13 respuestas.

La razón por la cual nuestro público objetivo optó por **Los chicos son mejores que las flores**, se justifica porque fue el primer K-drama juvenil transmitido en el Ecuador con una trama similar a la de la **Cenicienta**, protagonizada por 4 chicos atractivos y la tradicional chica pobre que se enamora de uno de ellos. El contexto de este K-drama se desarrolla en un colegio de elite.

Gráfico 5: Resultado tabulado de la pregunta 5

5. ¿Qué es lo que más le llama la atención de la cultura coreana?

[Más detalles](#)

● Maquillaje	13
● K-dramas	30
● Comida	13
● Idioma	18



Fuente: Resultado de la encuesta sobre la cultura coreana.

Elaborado en: *Microsoft Forms*

En esta interrogante se determinó que los mismos K-dramas generan mucha atención en los encuestados por un 41% con 30 respuestas, por la diversidad de géneros cinematográficos que maneja la industria audiovisual coreana, le sigue el idioma con un 24% con 18 respuestas, ya que los fanáticos optan por ver los capítulos en su versión original, para utilizar pequeñas frases o jergas coreanas al momento de relacionarse con su grupo de amigos, y finalmente comida y maquillaje con 18% con 13 respuestas cada una, estos dos aspectos para este grupo de jóvenes son necesarios pero, en el Ecuador, los cosméticos como ingredientes para preparar un plato coreano son costosos y difíciles de encontrar en una tienda o supermercado.

Gráfico 6: Resultado tabulado de la pregunta 6

6. ¿Usted considera que la apariencia física coreana es perfecta ?

[Más detalles](#)

Si
No

60
14



Fuente: Resultado de la encuesta sobre la cultura coreana.

Elaborado en: *Microsoft Forms*

La mayoría de nuestro público objetivo contestó de manera afirmativa considerando que la apariencia física coreana es perfecta con el 81% correspondiendo a 60 respuestas, y el 19% contestó no con 14 respuestas.

Los encuestados que respondieron sí, afirman que la apariencia de la cultura coreana es perfecta porque su piel es blanca, tersa, libre de imperfecciones para mantener su rostro y piel rozagante, brillante y hermosa en cuanto utilizan varios productos de belleza y realizan rutinas de belleza de día y noche, como costumbre que tienen los coreanos, y eso les ayuda a conseguir una piel con aspecto de porcelana y similar a la de un bebé. Además, los encuestados afirman que el físico de las personas coreanas es ideal, ya que su contextura es delgada y definida en las mujeres y en los hombres todos sus músculos están trabajados. En definitiva, todo esto se lo consigue a través de disciplina y dedicación.

Por otro lado, los *fandoms* que respondieron no, afirman que todas las personas son imperfectas y que es imposible llegar a conseguir una apariencia perfecta sin pasar por una cirugía estética.

Según lo propuesto por Dzul 2013, en su trabajo de investigación sobre el interaccionismo simbólico hace relación a que el individuo interpreta dependiendo de su realidad, en este caso

de los jóvenes quiteños lo que más les impacta es el perfecto cutis que tienen los actores coreanos por eso los *fandoms* tratan de asemejarse a ellos.

Gráfico 7: Resultado tabulado de la pregunta 8

8. ¿Mediante cuál medio reproduce los K-dramas?

[Más detalles](#)

	Viki estrenos	33
	Netflix	21
	Facebook	11
	Youtube	9



Fuente: Resultado de la encuesta sobre la cultura coreana.

Elaborado en: *Microsoft Forms*

La mayoría de los fanáticos de la cultura coreana el 45% reproducen los K-dramas por Viki estrenos con un total de 33 respuestas, porque es un medio digital donde se puede encontrar la mayoría de K-dramas y de forma gratuita u otra opción es de forma premium y su costo no sobrepasa los \$0.83 centavos mensuales, y los fanáticos optan por este medio para ver estas series doramaniacas sin publicidad. El 28% de las personas encuestadas con 21 respuestas prefieren Netflix ya que el canal de entretenimiento surcoreano TVN es la única que está asociada con Netflix y está produciendo K-dramas para esta plataforma y realiza los doblados al castellano, seguido de Facebook con 15% que corresponde a 11 respuestas y finalmente YouTube con el 12% y 9 respuestas. Facebook y YouTube son aplicaciones que se suelen tener en los aparatos electrónicos y sin ningún pago, por eso algunos fanáticos optan por visualizar los K-dramas en estos dos medios digitales.

Gráfico 8: Resultado tabulado de la pregunta 9

9. ¿De qué manera piensa usted que la visión de los K-dramas modifican las conductas y generan cambios físicos?

[Más detalles](#)

67

Respuestas

Respuestas más recientes

"los coreano tienen un estilo que llamo mucho la atención a los latino..."

"Cambian de gustos y preferencias en la comida, maquillaje , etc..."

"al ver una telenovela y si nos cautivo alguno de los actores o actrices..."

Fuente: Resultado de la encuesta sobre la cultura coreana.

Elaborado en: *Microsoft Forms*

Luego de analizar 67 respuestas de los *fandoms* o fanáticos de la cultura coreana se llega a la conclusión que: los K-dramas modifican las conductas y generan cambios físicos en estos grupos, porque en la industria audiovisual coreana vende al público latino una belleza utópica, estableciendo de esa manera prototipos y estereotipos en el hombre y en la mujer. En el ámbito social, estos fanáticos buscan a personas con sus mismos gustos y preferencias a la hora de relacionarse y empiezan adoptar conductas y comportamientos que se establece en la cultura coreana a través de los k-dramas.

Haciendo hincapié a Erving Goffman que habla sobre la teoría de los actores que expone tres puntos fundamentales: la construcción del discurso, el mensaje y el interaccionismo simbólico. Los *fandoms* interactúan junto a los K-dramas ya que el discurso que emiten sobre: el amor, la forma de relación, el discurso de la belleza, la tristeza y un conjunto de emociones que estas series abarcan generando nuevas reacciones en el espectador. Estos discursos emiten un mensaje utópico de la realidad de cada fandom que mira estos K-dramas, con base a sus conocimientos ya obtenidos y con los nuevos que ha ido creando, empieza a discernir lo que es útil para él sobre la cultura coreana, y en esta pregunta se pudo verificar que la mayoría de *fandoms* busca alcanzar el estándar de belleza coreano que transmiten los intérpretes de estas series.

Análisis del K-drama “Mi identificación es la belleza de Gangnam”

La narrativa de este K-drama gira en el contexto de las cirugías plásticas o también llamadas la belleza de Gangnam, que se caracteriza por ser una ciudad llena de centros estéticos y habitada por personas que tienen un buen estatus económico. Con esta serie se pretende identificar los estereotipos y prototipos del hombre y mujer coreana, mediante una ficha técnica realizada a los tres primeros capítulos, que se encuentran en los anexos.

Mediante las técnicas de recolección de datos, se realizó un análisis e interpretación del K-drama “Mi identificación es la belleza de Gangnam” y de los resultados arrojados en la pregunta 9 y 7 de la encuesta. Con el fin de sustentar los objetivos propuestos en el trabajo de investigación, se consigue como resultado que los K-dramas modifican las conductas, comportamientos y generan cambios físicos en los *fandoms*.

Este K-drama gira alrededor de una chica que no está conforme con su apariencia física, es decir, con su cuerpo y su rostro. Kang Mi Rae decide hacerse un cambio extremo en su cara para llegar al estándar de belleza coreana. Tras el proceso de este cambio, empezó a otorgar una calificación a los rostros que estaban dentro de un promedio de 68 a 85 puntos. Clasificando a las mujeres bellas por naturaleza y bellas según las cirugías realizadas.

En Corea del Sur para qué una persona sea considerada hermosa, tiene que cumplir con las siguientes características de este estándar de belleza: tener piel blanca, pálida y sin impurezas. Las mujeres deben tener piernas largas y sin grasa y los hombres deben estar definidas las piernas.

En el estándar facial coreano el rostro debe ser pequeño, ya que según esta cultura lucen más tiernos, la nariz debe ser respingada, fina y larga, los ojos tienen que ser grandes y con doble parpado, y las cejas deben ser rectas. En este país la delgadez es un factor importante tanto en

hombres como en mujeres. La mujer no puede sobrepasar los 50 kilogramos y la estatura perfecta es de 1.70 centímetros.

Se determinó que este tipo de narrativas indirectamente influyen en los cambios físicos y en los procesos cognitivos de los *fandoms*, generando que este grupo empiece a tomar nuevas medidas para tratar de seguir e imitar a sus ídolos favoritos, es decir, los actores y actrices de los K-dramas coreanos, ya sea en su apariencia física, en su estilo y en su comportamiento y conducta.

La estudiosa y experta en K-dramas que hemos entrevistado cuyo nombre es Mariana García afirma que Corea del Sur es un país en el que la belleza tiene un peso muy determinante que influye, tanto en el aspecto físico, y en la forma de vestir. Además, es una realidad muy clasista porque provoca actitudes sociales distintas en base al trabajo que se desempeña y a la condición socioeconómica de pertenencia. En definitiva, para los coreanos el estándar de belleza ya mencionado es parte de su cultura.

Para ellos es común tener algún tipo de cirugía plástica, ya que buscan y quieren tener un perfil occidental. Incluso los padres de los jóvenes coreanos optan por obsequiarles una de estas cirugías: parpado doble, nariz y contorno facial, para lucir más delgados y así encajar en la sociedad asiática.

Por otra parte, los *fandoms* empiezan a modificar sus conductas y comportamientos cuando el fanático encuentra algo novedoso en la serie y que no está acostumbrado a ver. Por esta razón, las narrativas audiovisuales coreanas dan a conocer su cultura al público latino y mediante sus tramas muestran: su comida, idioma, vestimenta, estilo, música, K-beauty y la forma de relacionarse con otras personas. Todos estos factores envuelven a que los *fandoms* busquen a otras personas con sus mismos gustos, preferencias y necesidades.

Estos fans empiezan a formar comunidades de amigos donde puedan relacionarse y compartir experiencias comunes como: hablar sobre los K-dramas, actores y actrices favoritos, visitar los famosos barrios chinos y coreanos, aprender coreografías en el caso del K-pop, educarse sobre el K-beauty y los 10 pasos de rutina de belleza coreana y el aspecto que más llama la atención al público latino de estas series es el idioma y su escritura. Por último, las historias cumplen con las expectativas del público, sin alagarse en sus capítulos y sin caer en el amarillismo de las novelas tradicionales latinas.

Mariana García fundamenta que cuando los fans empiezan a relacionarse con otras personas que buscan sus mismos ideales, comienzan las modificaciones de su conducta, comportamiento y la forma de vincularse con otras personas que no comparten sus mismos gustos.

Émile Durkheim propone la teoría de las representaciones sociales que parte de dos puntos clave como son: las prácticas culturales y funcionamiento mental. Por lo que los K-dramas transmiten las costumbres, tradiciones, conductas sociales y creencias, que practican en Corea del Sur. Y los *fandoms* al ver todas estas prácticas culturales empiezan a modificar y a fusionar sus prácticas culturales latinas con las coreanas, modificando de esa manera sus esquemas mentales ya establecidos y reestructurando sus gustos, preferencias, comportamientos y conductas dentro de sus comunidades de amigos que practican lo mismo que ellos.

Conclusiones

En la investigación de las representaciones sociales en los *fandoms* por las narrativas audiovisuales de los K-dramas coreanos, se evidenció que la ola coreana o Hallyu ha tenido una gran acogida y popularidad en toda América Latina, todo este éxito empezó con los K-dramas Todo sobre Evaluna, Escalera al cielo y un deseo en las estrellas, ya que cuentan una trama básica que tratan de temas familiares, conflictos, traiciones, reencuentros y mentiras. actualmente podemos observar como todo este Hallyu de los K-dramas han ido evolucionando, actualizando, cubriendo las expectativas y generando nuevas emociones en el público latino.

Para los *fandoms* o personas aficionadas por la cultura coreana al visualizar estas producciones audiovisuales van creando comunidades de amigos, que comparten momentos, anécdotas, hablan sobre los k-dramas, comida, idioma, tradiciones, K-beauty, ídolo favorito, costumbres y entre otros aspectos de la cultura coreana.

Este colectivo de jóvenes quiteños ha ido asimilando la cultura asiática específicamente de Corea del Sur e implementándola en su vida y, además, realizando ciertas modificaciones en su propia cultura y a su vez en sus procesos cognitivos adaptándolos a una nueva realidad que ellos han ido creando y estableciendo perspectivas diferentes de como ver y relacionarse con su entorno. “Todo concepto social despliega una red de relaciones significantes mantenidas por las unidades de información en él articuladas” (Pérez & Páez, 2004, pág. 7).

Mediante la era digital se han abierto puertas a diversas redes sociales como; es Facebook, Instagram, WhatsApp, YouTube, Tik Tok, es decir todos estos medios se han creado para conocer y formar parte de una comunidad de amigos como es Korean Wave Quito cuentan con más de 4537 seguidores que comparten esta afición sobre la cultura coreana, y se ve reflejada en cada publicación que hacen estos jóvenes quiteños por querer ser igual que sus ídolos y por buscar espacios que se asemejen a Corea del Sur .

Hay asociaciones coreanas como IYF Ecuador que comparten y traen toda la cultura coreana a través de sus voluntarios originarios de Corea del Sur, se puede evidenciar que esta Ola Coreana cada vez está llegando con mayor fuerza al país y con una gran acogida por parte de los jóvenes que buscan amigos de este país para compartir experiencias y anécdotas que sobrepasen fronteras, sin importar nacionalidad y generando lazos de afecto entre la cultura latina y coreana.

Los K-dramas coreanos no tienen como finalidad implantar en la audiencia alguna ideología o preferencia política, más bien ellos tratan de globalizar a su cultura para generar un consumo a nivel mundial de los productos audiovisuales coreanos con base en su cultura, dirigido para la sociedad de masas que tienen la tendencia de seguir todo lo surcoreano.

Las narrativas audiovisuales coreanas han creado representaciones sociales que influyen en las relaciones sociales. Por eso, “los símbolos son creados a través de la interacción con el otro, en una relación social determinada con ese otro, esta relación le será intrínseca al concepto social resultante o plasmado en un símbolo” (Pérez & Páez, 2004, pág. 4). Por lo que, cuando los *fandoms* se reúnen en sus comunidades de amigos y empiezan a relacionarse van creando nuevos significados y símbolos que solamente en su círculo social podrán comunicarse y entenderse. y mediante su convivencia van modificando sus conductas como la forma de saludar reemplazando el saludo tradicional de América Latina por una inclinación del cuerpo o la venia.

Por esa razón, se afirma que las narrativas audiovisuales de los K-dramas si modifican las conductas, aspectos físicos y los comportamientos de los *fandoms*. Por cualquiera que sea la modalidad de comunicación, “la teoría de las representaciones sociales es cómo un grupo transforma en familiar y propio algo que resulta nuevo, extraño o que sean representaciones originarias de otro grupo” (Pérez & Páez, 2004, pág. 26). Como se evidenció en los jóvenes quiteños que esta comunidad empieza a formarse como una familia donde existen reglas,

normas y comportamientos que fueron adaptando de la cultura coreana a través de los K-dramas.

Mediante el análisis realizado al K-drama “Mi identificación es la belleza de Gangnam” se determinó que los coreanos y coreanas se manejan por ciertos estándares de belleza mencionados en los resultados, y como su población se esfuerza y hace todo lo posible por cumplir este estándar para poder llegar a ser considerado hermoso o hermosa, dentro de Corea del Sur.

En las comunidades de los *fandoms* existe una jerarquía de una directiva general conformada por el o la líder y los co-líderes son “miembros de la familia, del grupo de amigos, del colectivo profesional que cada uno de nosotros considera explícitamente. Estos líderes de opinión seleccionan información, atraen la atención sobre ella, la comentan, la reformulan y, durante las múltiples conversaciones” (Pérez & Páez, 2004, pág. 25). Mediante estos líderes de cada grupo de los *fandoms* comienza a ver detalladamente los K-dramas e investigar más sobre toda la cultura y estilo que transmiten estas series para que después la directiva transmita a toda la congregación de jóvenes.

La asimilación de la información depende de la posición que ocupa el individuo dentro del grupo y de la posición de este grupo con respecto a otros grupos. Según ese posicionamiento social, individuos y grupos razonarán de diferente modo sobre una misma información (Pérez & Páez, 2004, pág. 27).

Es decir, cada directiva de los grupos dará a conocer distintas visiones de las narrativas audiovisuales coreanas como, por ejemplo, el K-drama “Mi identificación es la belleza de Gangnam” que refleja el prototipo ideal de la mujer y del hombre coreano para llegar a ser considerado hermoso o hermosa. Entonces estos líderes reproducirán en los jóvenes una perspectiva de la belleza que tiene Corea del Sur.

En estos colectivos están establecidos de reglas y normas a seguir, sin embargo, los miembros de estos grupos permiten que sus emociones influyan en sus decisiones y preferencias. “Las emociones son reacciones fisiológicas organizadas que se producen en el sujeto ante la información del ambiente que son relevantes para ellos” (Pérez & Páez, 2004, pág. 42).

Cuando hay reuniones entre jóvenes fanáticos coreanos dejan salir sus emociones y comienzan a hablar de los ídolos coreanos como por ejemplo Lee Min Ho, Ji Chang Wook, Lee Jong Suk, Hyun Bin, Gong Yoo, Rain entre otros actores, cuando los aficionados comienzan a dar opiniones sobre los actores o actrices coreanos.

“La producción de la opinión se articulan la interacción social, opinión y lazos sociales. En un colectivo dado se difunden informaciones que son transformadas en opiniones compartidas por ese colectivo, lo cual les hace reconocerse en unión social” (Pérez & Páez, 2004, pág. 25). La ola coreana toma un papel protagónico dentro de estos colectivos.

A través del K-drama “Mi identidad es la belleza de Gangnam” se identificó y se visualizó los estándares de belleza coreana clasificados en una calificación.

Los grupos, que divergen por sus prácticas habituales y por lo tanto por los instrumentos psicológicos que hacen prevalecer, pueden, en concordancia, estar configurando colectivamente su propia mente o sus categorías de juicio y razonamiento. Al cambiar esas prácticas se modifican las representaciones sociales asociadas (Pérez & Páez, 2004, pág. 10).

Para contrastar esta investigación se propone que en las técnicas de recolección de datos en público objetivo sea a un grupo de jóvenes nativos de Corea del Sur, para definir cuán importante es este estándar de belleza y cuáles son los aspectos ocultos que los jóvenes atraviesan en la búsqueda de la belleza.

Referencias Bibliográficas

- Ahn, J., Oh, S., & Kim, H. (2013). Korean Pop Takes Off! *International Conference on Service Systems and Service Management*, 10, 774–777.
<https://doi.org/10.1109/ICSSSM.2013.6602528>
- Barrantes Echavarría, R. (s.f.). La investigación: un camino al conocimiento. En *Enfoque cualitativo y cuantitativo*. Obtenido de
https://www.uned.ac.cr/academica/images/ceced/docs/Investigacion_camino_conocimiento.pdf
- Cho, S. E., & Park, H. W. (2013). A qualitative analysis of cross-cultural new media research: SNS use in Asia and the West. *Quality and Quantity*, 47(4), 2319–2330.
<https://doi.org/10.1007/s11135-011-9658-z>
- Díaz, L. (2011). *La observación* . Obtenido de UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO :
http://www.psicologia.unam.mx/documentos/pdf/publicaciones/La_observacion_Lidia_Diaz_Sanjuan_Texto_Apoyo_Didactico_Metodo_Clinico_3_Sem.pdf
- Dzul, M. (2013). *Aplicación básica de los métodos científicos*. Obtenido de Modelo Interpretativo:
https://www.uaeh.edu.mx/docencia/VI_Presentaciones/licenciatura_en_mercadotecnia/fundamentos_de_metodologia_investigacion/PRES42.pdf.
- Frank, M. (11 de Mayo de 2010). *Antropología para todos* . Obtenido de
<https://antropologiaparatodos.wordpress.com/2014/08/02/que-es-la-etnometodologia/>
- Frank, M. (16 de Septiembre de 2010). *Tipos de Investigación* . Obtenido de
https://www.academia.edu/8101101/Conozca_3_tipos_de_investigacion

García , M. (21 de Noviembre de 2017). *La historia detrás de los K-dramas*. Obtenido de K-magazine: <https://www.k-magazinemx.com/la-historia-detras-los-k-dramas/>

Jia, H., Sundar, S. S., Lee, J. Y., & Lee, S. (2014). Is web 2.0 culture-free or culture-bound? Differences between American and Korean blogs. *Proceedings of the Annual Hawaii International Conference on System Sciences*, 1735–1744.
<https://doi.org/10.1109/HICSS.2014.221>

Kim, W.-H., Lee, C., & Kim, S. (2020). The Influence of Hallyu on Africans' Perceptions of Korea: The Moderating Role of Service Quality. *Sustainability*, 12(8), 3245.
<https://doi.org/10.3390/su12083245>

Liu, J., Ng, S. H., Loong, C., Gee, S., & Weatherall, A. (2003). Cultural stereotypes and social representations of elders from Chinese and European perspectives. *Journal of Cross-Cultural Gerontology*, 18(2), 149–168.
<https://doi.org/10.1023/A:1025108618426>

Martini. (2013). *Goffman, Erving - "Actuaciones" (1959) - Comunicación II - Cátedra: Martini*. Obtenido de <http://resumenes-comunicacion-uba.blogspot.com/2013/03/goffman-erving-actuaciones-1959.html>

Martínez Jaime, A. (2019). El consumo cultural y la construcción de masculinidad de los jóvenes que realizan K-Pop en Quito: un análisis desde el modelo de mediaciones. Universidad Andina Simón Bolívar, Obtenido de Repositorio de la Universidad Andina Simón Bolívar: <http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/6630/1/T2855-MC-Martinez-El%20consumo.pdf>

Minchala Aguayo, A. (2019). Consumo Cultural Coreano En Guayaquil: El K-Drama En Los Jóvenes Guayaquileños. Ecuador: Universidad Casa Grande. Obtenido de la Facultad De Comunicación Mónica Herrera:

<http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/bitstream/ucasagrande/2125/1/Tesis2310MINi.pdf>

Morales, F. (11 de Mayo de 2010). *Antropología para todos*. Obtenido de

<https://antropologiaparatodos.wordpress.com/2014/08/02/que-es-la-etnometodologia/>

Morris, M. W., Hong, Y. yi, Chiu, C. yue, & Liu, Z. (2015). Normology: Integrating insights about social norms to understand cultural dynamics. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 129, 1–13. <https://doi.org/10.1016/j.obhdp.2015.03.001>

Núñez Duarte, D. (28 de Febrero de 2018). *Eumed.net*. Obtenido de Contribuciones a las Ciencias Sociales: [https://www.eumed.net/rev/cccss/2018/02/interaccionismo-simbolico.html#:~:text=El%20Interaccionismo%20Simb%C3%B3lico%20es%20una,perspectiva%20y%20m%C3%A9todo%20\(1969\).](https://www.eumed.net/rev/cccss/2018/02/interaccionismo-simbolico.html#:~:text=El%20Interaccionismo%20Simb%C3%B3lico%20es%20una,perspectiva%20y%20m%C3%A9todo%20(1969).)

Pérez, J., & Páez, D. (2004). Las representaciones sociales. Obtenido de

<https://www.ehu.eus/documents/1463215/1504276/Capitulo+XIII.pdf>

Quispe Pari , D., & Sánchez Mamani , G. (s.f.). *ENCUESTAS Y ENTREVISTAS EN INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA* . Obtenido de Revista de Actualización Clínica: http://www.revistasbolivianas.org.bo/pdf/raci/v10/v10_a09.pdf

Rosales Peralta, R. (2017). *TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN I*. Ecuador- Quito: Universidad Politécnica Salesiana.

Salas, P., & Cárdenas, M. (2009). *Métodos de investigación social*. Quito - Ecuador: "Quipus", CIESPAL.
<https://biblio.flacsoandes.edu.ec/catalog/resGet.php?resId=55376>

Strauss, S. (2005). The linguistic aestheticization of food: A cross-cultural look at food commercials in Japan, Korea, and the United States. *Journal of Pragmatics*, 37(9)

SPEC. ISS.), 1427–1455. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2004.12.004>

Ta Park, V. M., Suen Diwata, J., Win, N., Ton, V., Nam, B., Rajabally, W., & Jones, V. C.

(2020). Promising Results from the Use of a Korean Drama to Address Knowledge, Attitudes, and Behaviors on School Bullying and Mental Health among Asian American College-Aged Students. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(5), 1–17. <https://doi.org/10.3390/ijerph17051637>

Valcarce, F. (2014). *Émile Durkheim y la teoría sociológica de la acción*. Obtenido de

<http://www.scielo.org.mx/pdf/anda/v11n26/v11n26a12.pdf>

Vera Intriago, L. (2017) Análisis de la cultura coreana a partir de la recepción de programas y

eventos de k-pop en jóvenes de 17 a 20 años en Guayaquil. Quito. Universidad de

Guayaquil. Área de Comunicación. Obtenido de Repositorio de la Universidad de

Guayaquil:

<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/21354/1/T.T%20VERA%20INTRIAGO%20tesis.pdf>

Anexo

Fichas técnicas

K-drama: “Mi identificación es la belleza de Gangnam”

Episodio: 1

Nombre: Hermoso Comienzo

Duración: 59min -44 segundos

Escena	Personajes	Características físicas	Denotación y discurso de la escena
1	Kang Mi Rae es la protagonista del k-drama.	Ella es alta, tiene cabello lizo, sus ojos son grandes, con arruga de Mongolia que cubre el ángulo interno del ojo y achinados.	<p>Kang Mi Rae se encuentra en un tren, usa un saco verde con capucha y jeans negros, trae un cubre bocas. Empieza analizar los rostros de las mujeres que están a su alrededor, además les da una calificación y les otorga una nota dependiendo de sus características físicas.</p> <p>Toma en cuenta estos factores para una mujer ideal son: párpados dobles con un pliegue frontal, un pliegue atrás y un pliegue inferior.</p> <p>Un trabajo en la nariz, contorno,</p>

			<p>injerto de grasa y relleno de labios</p> <p>es el tipo de mujer que tiene 75 puntos</p>
2	Kim Sun Hee es la madre de Kang Mi Rae	<p>Ella tiene una estatura promedio, nariz respingada, boca fina, ciertas arrugas en sus ojos y de textura delgada y tiene cabello corto.</p>	<p>Kim Sun Hee viste un buso largo de color rosado y un jean negro. Y se encuentra junto a Kang Mi Rae en el subterráneo. A su alrededor hay publicidad por parte de los centros estéticos promocionando a la mujer perfecta.</p> <p>Kang Mi Rae sigue evaluando a las mujeres que pasan por su lado, ella considera que desde 68 a los 70 puntos es una cara promedio.</p>
3	Enfermera	<p>Ella lleva el cabello recogido, sus cejas son de color café, tiene el párpado caído y bolsas en la parte inferior de sus ojos y su nariz es respingada.</p>	<p>Ella describe las cirugías que se va a realizar Kang Mi Rae que son; cirugía de incisión de doble parpado con un pliegue frontal y un pliegue inferior. Un trabajo en la nariz, un aumento perialar, contorno y un injerto de grasa en la</p>

			<p>cara. Su cirugía plástica la valora con una puntuación de 83 puntos.</p>
4	<p>Kang Mi Rae en su infancia</p>	<p>Es una niña de contextura ancha, tiene las mejillas rellenas, nariz pequeña y labios finos y boca pequeña</p>	<p>Kang Mi Rae está comiendo en un puesto de rollos de pescados ubicado en la calle, y tres niños se acercan hacia ella y le gritan ¡Oye cerdo Kang! Ellos le critican por su cuerpo y por su fuerza.</p>
5	<p>Kang Mi Rae adolescente</p>	<p>Ella tiene contextura delgada, con cabello largo, sus ojos son grandes, con arruga de Mongolia que cubre el ángulo interno del ojo y achinados.</p>	<p>Kang Mi Rae viste con camisa y falda corta, se encuentra en el jardín del colegio y le está entregando una carta a un chico profesando su amor. Él viste de camisa larga, jeans, cabello corto.</p> <p>Él la rechaza y le dice loca y la llama: Orco Kang, tira y pisotea su carta.</p>
6	<p>Kang Mi Rae adulta</p>	<p>Kang Mi Rae tiene cabello corto, negro, sus ojos parpado doble con un pliegue frontal y un pliegue inferior. Su</p>	<p>Kang Mi Rae se encuentra en una tienda de fragancias y se está reflejando en un espejo y dice:</p>

		nariz delgada y respingada, sus labios delgados y rosados, su contorno facial es en V y delgado y sus cejas son delgadas.	“¡Me he vuelto hermosa!” y se da un puntaje de 79 puntos.
7	-Kang Mi Rae adulta -Hyun Soo Ah compañera de grupo	Kang Mi Rae tiene cabello corto, negro, sus ojos parpado doble con un pliegue frontal y un pliegue inferior. Su nariz delgada y respingada, sus labios delgados y rosados, su contorno facial es en V y delgado y sus cejas son delgadas	Kang Mi Rae está en la universidad y se encuentra con su grupo de estudio y con Hyun Soo Ah, que le da la valoración de 100 puntos por su belleza natural. Y le dice que es una verdadera diosa.
8	Do Kyung Seok	Do Kyung Seok es alto, su contextura es delgada, cabello corto de color negro, sus ojos son de doble parpado, su nariz es respingada y	Do Kyung Seok se está presentando a sus compañeros, describiendo sus gustos y preferencias y a todos les parece guapo. En esa misma escena se presenta Kang Mi Rae y unos

		delgada, el contorno de su cara es en V y sus labios son delgados y rosaditos.	chicos murmuran y la llaman la belleza de Gangnam
--	--	--	---

K-drama: “Mi identificación es la belleza de Gangnam”

Episodio: 2

Nombre: Tienes que ser bonita desde el principio

Duración: 1 hora-2 minutos-11 segundos

Escena	Personajes	Características físicas	Denotación y discurso de la escena
1	-Kang Mi Rae -Do Kyung Seok - Kim Chan Woo	Kim Chan Woo tiene cabello corto, es de estatura mediana, sus cejas son gruesas como su nariz, sus labios son grandes, su textura es delgada y usa lentes redondos.	Do Kyung Seok se encuentra en el bar de la universidad y empieza una pelea con Kim Chan Woo por defenderle a Kang Mi Rae. Los chicos de su alrededor empiezan a sorprenderse por la fuerza de él, y las chicas

			empiezan a murmurar que esta guapo.
2	Yeon Woo Young es profesor de Química	El maestro es alto, con cabello ondulado, contextura delgada, su rostro es en V y delgada, sus ojos tienen parpados alzados, sus labios son gruesos y rosaditos.	Está en el laboratorio de química y mira a Kang Mi Rae y le dice: “¡Ella es el ídolo de la universidad de Corea, ella es muy bonita y famosa!”
3	-Kang Mi Rae -Oh Hyun Jung	Oh Hyun Jung es pequeña, cabello largo, su rostro es ovalado, su perfil es en V, su nariz es gruesa y respingada, sus labios son pequeños, y sus parpados no son tan definidos.	Ambas se encuentran en un dormitorio, realizándose una rutina de belleza para la noche y dándose masajes faciales.
4	-Kang Mi Rae -Kim Chan Woo	Kim Chan Woo tiene cabello corto, es de estatura mediana, sus cejas son gruesas como su nariz, sus labios son	Los dos están en un callejón y Kim Chan Woo empieza a reclamarle a Kang Mi Rae y le dice que está

		grandes, su contextura es delgada y usa lentes redondos.	loca. Ella afirma que no ha hecho nada y él le dice que Gangnam está infestado de chicas como tú, además le dice que es una chica monstruo y de plástico y le quiere pegar. Ella reacciona y se defiende con el bolso y le dice quién te da el derecho de maldecirme, y empieza a gritar que hice mal.
--	--	--	--

K-drama: “Mi identificación es la belleza de Gangnam”

Episodio: 3

Nombre: Ni siquiera lo sabes

Duración: 59 minutos-18 segundos 3:22 nombre episodio

Escena	Personajes	Características físicas	Denotación y discurso de la escena
1	-Kang Mi Rae -Do Kyung Seok -Yeon Woo Young	Yeon Woo Young es alto, con cabello ondulado, contextura delgada, su rostro es en V y delgada, sus ojos tienen parpados alzados, sus labios son gruesos y rosaditos.	Kang Mi Rae está sentada en la calle llorando y llega Yeon Woo Young y le pregunta que le ocurre, ofreciendo una botella de agua, pero ella la tira. Después, llega Do Kyung Seok le pregunta a ella que hace, ella responde de camino a casa, él coge su mano y la empieza a jalar. Yeon Woo Young lo detiene y quedan los tres cogidos

			de la mano y ella se enoja se suelta y se va sola.
2	- Kang Mi Rae -Do Kyung Seok	Kang Mi Rae tiene cabello corto, negro, sus ojos parpado doble con un pliegue frontal y un pliegue inferior. su nariz delgada y respingada, sus labios delgados y rosados, su contorno facial es en V y delgado y sus cejas son delgadas	Ambos se encuentran en un puente de la universidad y ella le dice sabes por qué me arregle, mi cara necesitaba una cirugía platica y el solo le queda viendo y le dice: ¿qué quieres decir con eso? Y ella responde: “ciertas caras necesitan cirugía plástica”. Ella le responde: “sabes cómo Lucia antes, estaba intentado lucir bonita como Hyun Soo Ah, pero mi cara no estaba ni siquiera cerca de promedio ideal”. Él le dice: ¿tu clasificas las caras de otras personas?,

			<p>le queda viendo fijamente y le dice deberías arreglar tu patética mentalidad. Kang Mi Rae le dice que se meta en sus asuntos y se va.</p>
3	<p>-Grupo de clase, solo hombres</p> <p>-Kang Mi Rae</p> <p>-Do Kyung Seok</p> <p>-Kim Chan Woo</p>		<p>Se encuentran en el baño y Kim Chan Woo está enojado y dice que solo salgan las chicas, porque él no se mete con mujeres excepto Kang Mi Rae. La queda viendo fijamente y le dice que las chicas de plástico que piensan que son bonitas, solo porque se arreglaron el rostro, necesitan recibir una lección. Se puede percibir el carácter de una persona por su apariencia. Kang Mi</p>

			<p>Rae gritando le dice que hice de malo. Kim Chan Woo grita que salgan todos y le agarra de camisa a Kang Mi Rae y le dice que debería pedirle perdón de rodillas y traer de regreso su cara a su estado original, y la bota al suelo y pateo su bolso y llega Do Kyung Seok y empieza una pelea por defender a Kang Mi Rae.</p>
--	--	--	---